

**Дослідження конкурентоспроможності концентрованих
яблучних соків та нектарів виробництва
ЗАТ ВО „Одеський консервний завод”.**

Актуальність теми.

Виробництво соків і нектарів є одним із сегментів вітчизняної харчової промисловості, який розвивається найбільш динамічно. У загальному виробництві соків яблучний сік посідає друге місце після томатного, його доля в загальному обсязі реалізації складає 9% [1].

Підсумки 2008 р. виявилися невтішними для вітчизняних виробників сокової продукції. Вперше за багато років продажі на внутрішньому ринку не тільки не збільшилися на ті, що стали звичними, 15-20%%, але й скоротилися мінімум на 10% - до 750 млн. л (у 2009 р. виробники увійшли з великими перехідними залишками). Зростаюче зниження купівельної спроможності населення не сприяло пожвавленню попиту на соки в 2009 р. У зв'язку з істотним збільшенням собівартості, що супроводжується значним зменшенням об'ємів продаж, а також із затримками надходження грошових коштів від торгових мереж практично всі підприємства галузі знаходяться в складному фінансовому положенні [2].

Для успіху на ринку слід забезпечити якість та конкурентоспроможність соків та нектарів, про що треба турбуватись ще на стадії пошуку нових ідей. Конкуруючий товар повинен задовольняти запити споживачів на вищому рівні, більшою мірою відповідати їхнім перевагам, аніж товари конкурентів.

Мета роботи:

- аналіз і визначення конкурентоспроможності відновлених яблучних соків та нектарів, що реалізуються в торговій мережі м. Одеси;
- розробка рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності яблучних соків та нектарів, що реалізуються в торговій мережі м. Одеси.

Конкурентоспроможність визначається тільки тими властивостями, що становлять помітний інтерес для покупця (і, природно, гарантують задоволення даної потреби). Так, наприклад, для яблучних соків та нектарів найбільше значення у формуванні споживчих властивостей мають органолептичні показники (смак, запах, зовнішній вигляд).

Органолептичні властивості яблучних соків та нектарів визначаються за допомогою сенсорного аналізу за такими показниками:

а) зовнішній вигляд - включає оптичні характеристики, такі як прозорість і колір;

б) показник запаху - виділяється як самостійна ознака. Його оцінюють без урахування смакових відчуттів;

в) показник смаку - характеризується основними видами смаку: солодкий, кислий, солоний, гіркий.

Найбільш популярними у населення виробниками яблучних соків та нектарів є торгові марки «Сандора», «Садочок», «Господарочка» (ОКЗ), «Одеський консервний завод дитячого харчування (ОКЗДХ)», які широко представлені в торгівельній мережі м. Одеси і конкурують між собою.

Для того, щоб перевірити конкурентоспроможність яблучних соків та нектарів цих торгових марок була сформована дослідницька група із 40 студентів.

Результати роботи групи були опрацьовані і наведені у вигляді узагальнених даних.

Сенсорну оцінку якості проводили з використанням 5-бальної шкали, на основі якої був обчислений рівень якості комплексним методом, що враховує вагомості окремих показників у загальній якості товару. Необхідні для розрахунку коефіцієнти вагомості визначено методом ранжування:

- колір – 0,15;
- прозорість – 0,15;
- запах – 0,2;
- смак – 0,50.

Встановлено наступні градації якості :

- при рівні якості 1 - 0,9 (зокрема смак і запах не менше 4,5 балів) - відмінна якість;
- при рівні якості 0,89 - 0,8 (зокрема смак і запах не меншого 2,4 балів) - добра якість;
- при рівні 0,79 - 0,7 (зокрема смак і запах не менше 3 балів) – задовільна якість;
- нижче 0,7- незадовільна якість [3].

Результати дослідження якості яблучних соків та нектарів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Дослідження рівня якості яблучних соків та нектарів

№	Торгова марка	Дегустаційна оцінка за 5-бальною шкалою					Рівень якості
		Колір	Прозорість	Запах	Смак	Середня оцінка	
1	Господарочка	4,8	4,2	4,0	4,8	4,45	0,89
2	ОКЗДХ	4,0	3,2	3,6	4,6	3,85	0,77
3	Садочок	4,7	3,0	3,0	3,8	3,63	0,73
4	Сандора	4,4	4,4	4,9	4,8	4,63	0,93

Результати дослідження дозволили визначити соки з високими та низькими органолептичними властивостями. Лідерами серед зразків стали сік ТМ „Сандора”, який отримав високі оцінки з усіх показників, та ТМ „Господарочка”, який згідно градації якості виявився доброї якості. Соку ТМ „Садочок” бракувало гармонійності смаку, що є найбільш цінним показником.

Запах та прозорість соків ТМ „Садочок” та ТМ „ОКЗДХ” були оцінені на задовільно.

Для об’єктивної оцінки смаку соків та нектарів та з метою виявлення характерних ознак, за якими споживач надає перевагу тому чи іншому соку, застосовано профільний метод визначення смаковитості [4].

Показник „смаковитість ” подано у вигляді простих характеристик – позитивних, що виражають повноту смаку: солодкий, кислий, терпкий, гармонійний, освіжаючий, та негативних: водянистий, сторонній присмак, остаточний присмак.

Інтенсивність цих показників оцінено за 5-бальною шкалою та представлено у вигляді кругових профілограм на рисунках 1, 2, 3, 4 та на розгорнутій профілограмі на рисунку 5.

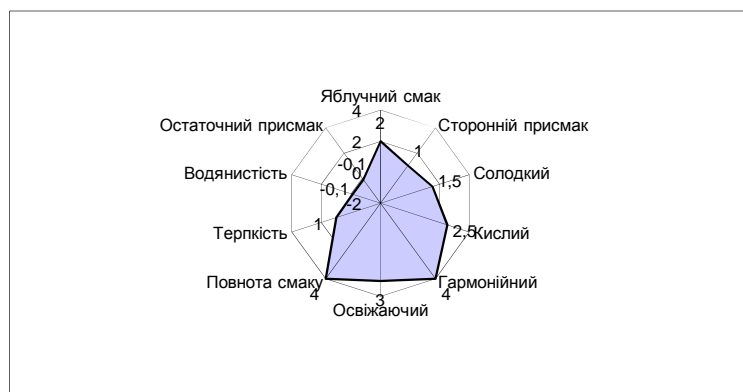


Рисунок 1. Профілограма смаковитості яблучного нектару ТМ „Господарочка”

Яблучний нектар ТМ „Господарочка” має характерний яблучний смак, дуже гармонійний. Смак виражений повно, добре збалансовані солодкий і кислий смак. Але відчутна водянистість нектару і після споживання залишається ледь помітний остаточний присмак.

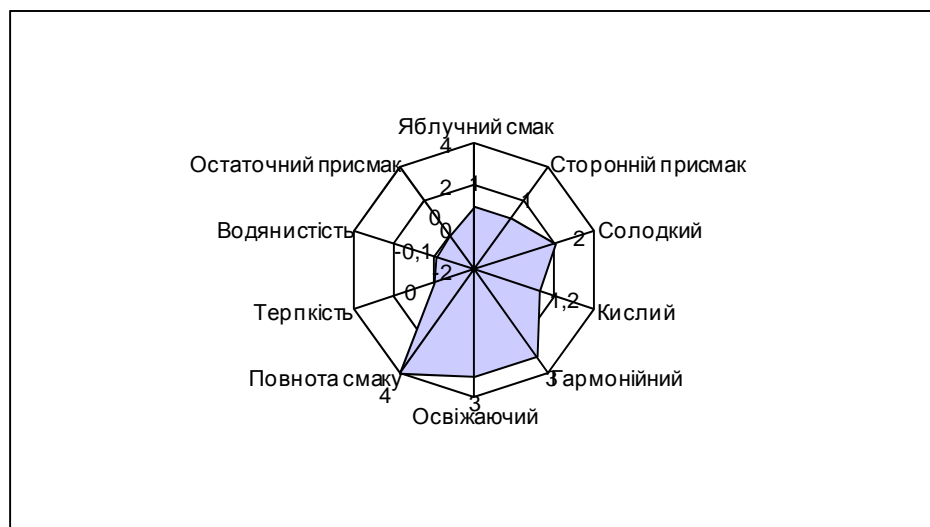


Рисунок 2. Профілограма смаковитості яблучного нектару ТМ „ОКЗДХ”

Яблучний нектар ТМ „ОКЗДХ” має відносно гармонійний, достатньо повно виражений і освіжаючий смак. Яблучний смак виражений задовільно, остаточний присмак не виявлено, але відчувається легкий сторонній присмак та водянистість.

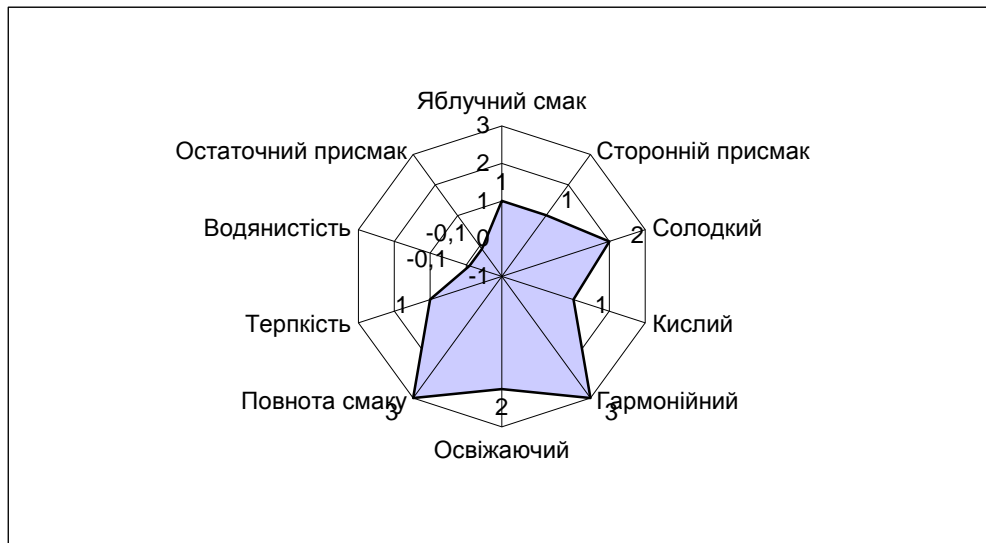


Рисунок 3. Профілограма смаковитості яблучного нектару ТМ „Садочок”

Яблучний нектар ТМ „Садочок” за показниками смаковитості виявився найгіршим. Наявні сторонній та остаточний присмаки, сильно відчувається водянистість. Погано виражений, недостатньо повний і гармонійний яблучний смак.



Рисунок 4. Профілограма смаковитості яблучного соку ТМ „Сандора”

Яблучний сік ТМ „Сандора” є відмінним за повнотою смаку, має добре збалансований, гармонійний смак. Володіє найкращим освіжаючим ефектом серед досліджуваних зразків. Яблучний смак виражений достатньо, наявний легкий сторонній присмак при споживанні, але відсутні водянистість та остаточний присмак.

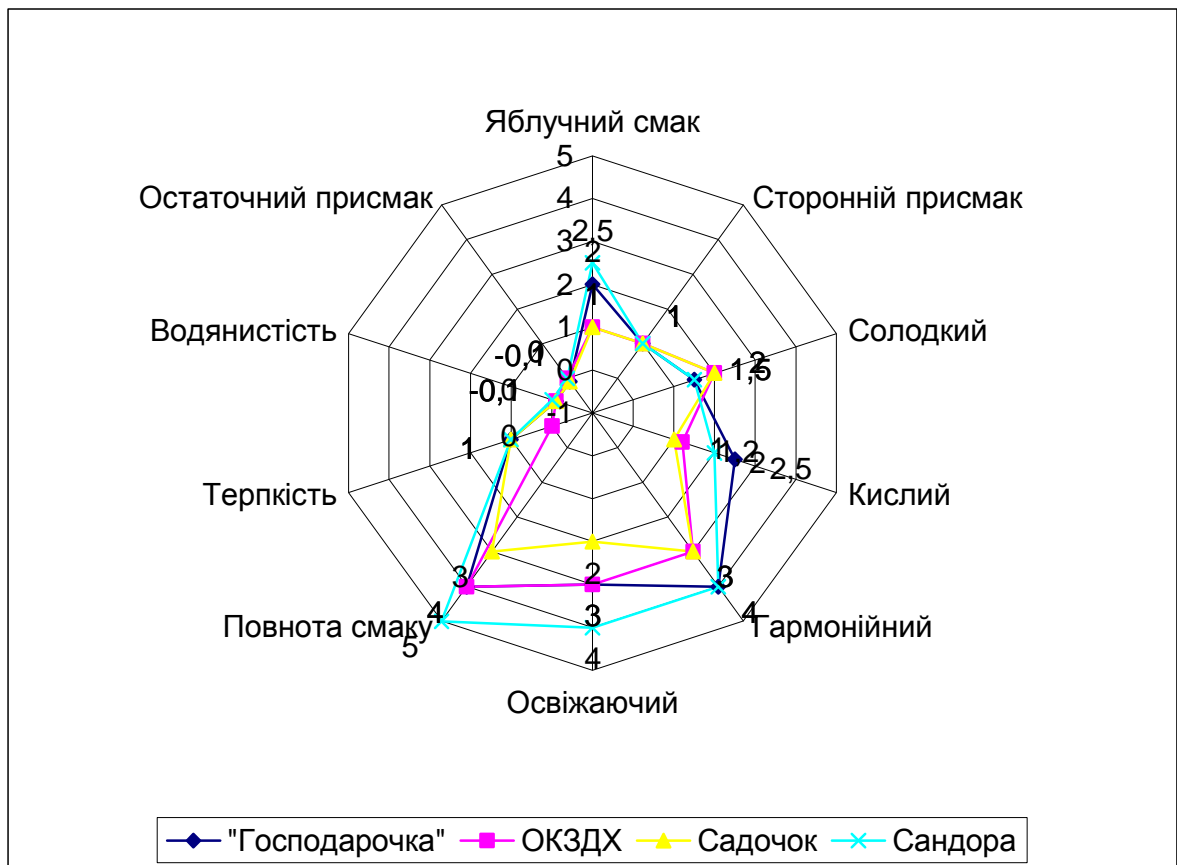
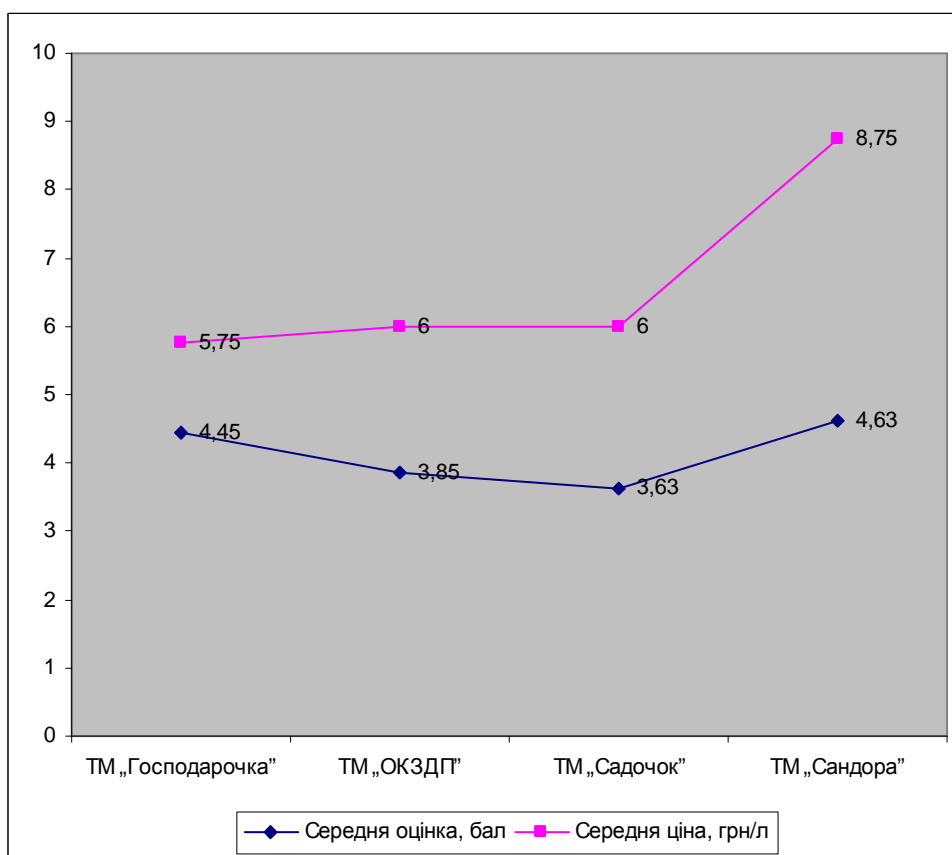
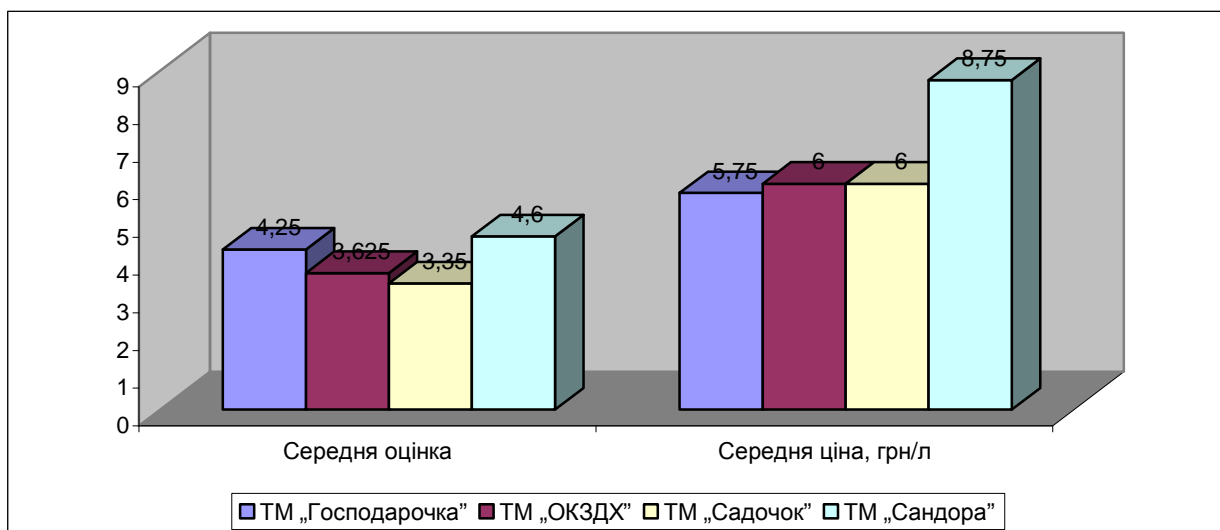


Рисунок 5. Порівняльна профілограма смаковитості яблучних соків та нектарів

Порівняльна оцінка смаковитості яблучних соків та нектарів дозволила виявити деякі переваги та недоліки зразків. На порівняльній профілограмі чітко видно, що найбільше гармонійний та яблучний смак виражений у зразках торгових марок „Сандора” та „Господарочка”. За повнотою смаку та освіжаючим ефектом „Сандора” є лідером серед зразків. А зразок ТМ „Садочок” отримав найменші бали за всіма показниками смаковитості. Цікаво, що найменш солодкими виявилися зразки соків торгових марок „Сандора” та „Господарочка”, а найбільше – „ОКЗДХ” та „Садочок”. Найбільш кислий смак виявлено у зразку ТМ „Господарочка”, друге місце посідає ТМ „Сандора”, третє – ТМ „ОКЗДХ”, четверте – ТМ „Садочок”. Показник „терпкість” виявився найменше вираженим у зразку ТМ „ОКЗДХ”, тоді як в інших зразках цей показник знаходиться на одному рівні. У всіх зразках виявлено сторонній присмак різного ступеня вираженості.

Одним з критеріїв вибору соків та нектарів певної марки є ціновий фактор, тому споживачу важливо враховувати співвідношення ціни та якості. На рисунку 6 представлено порівняльну характеристику співвідношення ціни та якості для зразків соків та нектарів різних торгових марок.



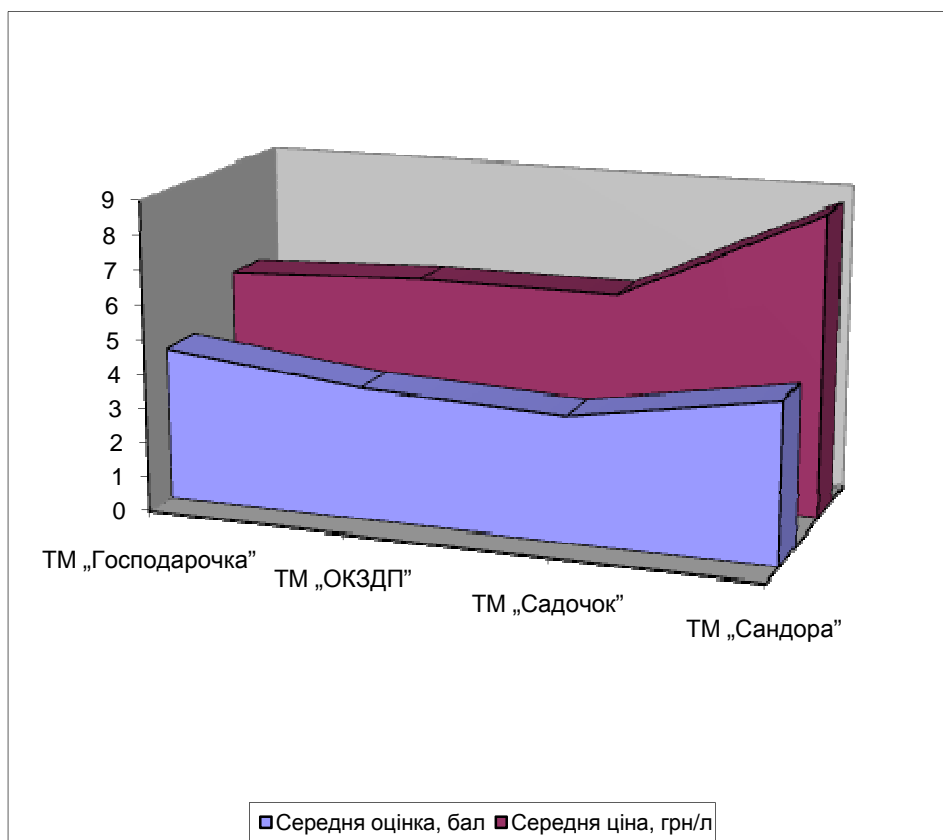
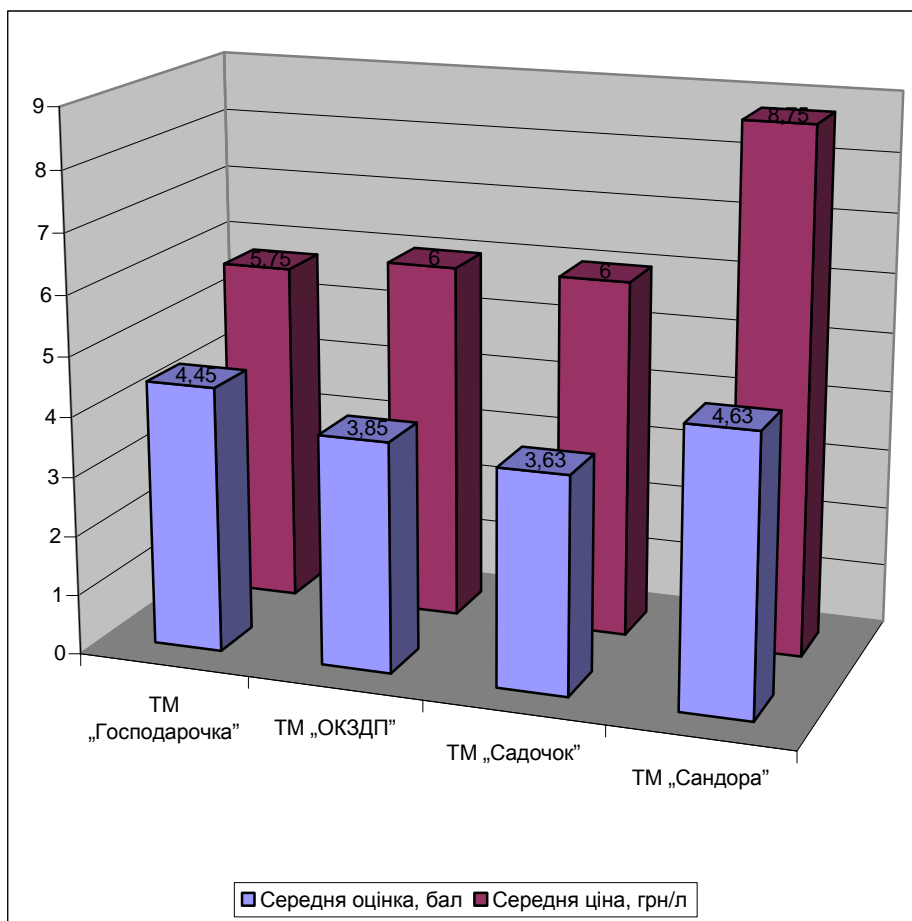


Рисунок 6. Порівняльна характеристика ціни та якості яблучних соків та нектарів.

Згідно проведеного дослідження можна зробити висновок, що найбільше потребам споживачів відповідають яблучні нектари ТМ „Сандора” та ТМ „Господарочка”. Але треба зауважити, що вони належать до різних цінових категорій, і тому мають різний ринок збуту (більш та менш заможні споживачі відповідно). Порівняно з нектарами ТМ „ОКЗДХ” та ТМ „Садочок”, нектари ТМ „Господарочка” виробництва ЗАТ ВО „ОКЗ” за органолептичними показниками відповідають очікуванням споживачів і їх можна вважати конкурентоздатними, але через відсутність рекламних кампаній мало споживачів яблучних нектарів знає про цю торгову марку, через погано розвинену дистриб’юторську систему дуже важко знайти ці нектари на ринку та в супермаркетах (де зазвичай вони займають найгірші місця на полицях). І тому нектари ТМ „ОКЗДХ” та ТМ „Садочок”, органолептичні показники яких значно нижчі, через більш знайому упаковку, велику кількість акцій та дегустацій в супермаркетах, та через краще розташування на полицях є більш конкурентоспроможними.

Проведені дослідження свідчать, що всім виробникам яблучних нектарів можливо рекомендувати наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності своєї продукції:

- оптимізувати склад, рецептуру та систему контролю якості яблучних нектарів ТМ „Садочок”, середній рівень якості яких виявився найменшим;
- змінити концепцію упаковки соків ТМ „ОКЗДХ”. Через те, що компанія „Вініфрут” почала випуск соків в упаковці, що сильно схожа на упаковку ТМ „ОКЗДХ”, впали обсяги продаж останнього;
- проводити пошуки зниження собівартості соків ТМ „Сандора”, так як в теперішній кризовій ситуації збільшився попит на соки низької цінової групи,;
- оптимізувати структуру і розміри інвестицій у збут продукції, почати запровадження рекламних акцій у супермаркетах міста для ТМ „Господарочка”. При цьому підвищиться ціна на літр продукції, але через належну якість і постійні місця на полицях в магазинах продукт знайде нових покупців, обсяги продаж збільшаться і тому дані нектари будуть більш конкурентоспроможними.

Список літератури

1. В. Мандрика, А. Самойленко. Оцінка якості виноградних і виноградно-яблучних соків та нектарів// Товари і ринки – 2007 – №1 – С. 80-86.
- 2.
3. Т.Г. Родина. Сенсорний аналіз продовольствених товарів. – М.: Изд. Центр «Академия», 2004. – С. 87-89.
4. В. А. Жук. Сенсорний аналіз. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – С. 57-66.

